



***Firm Size, sales growth, profitability dan firm value pada sektor basic industry and chemical***

**Alfinur<sup>1\*</sup>, Candra Wahyu Hidayat<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas PGRI Kanjuruhan Malang

\*Corresponding author: [alfinur@unikama.ac.id](mailto:alfinur@unikama.ac.id)

**Article Info:**

Received : Mei 2021  
Revised : Juni 2021  
Accepted : Juni 2021  
DOI : 10.21067/mbr.v5i1.5545  
Copyright : Management and Business Review

Keywords : Firm value, firm size, sales growth, profitability

**Abstract:** The purpose of this study is to analyze the effect of firm size, sales growth, and profitability on firm value in manufacturing companies in the basic and chemical fields. The research sample obtained by purposive sampling technique obtained 40 companies in the basic and chemical fields listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). Using a quantitative research approach, data collection in the form of company financial statements obtained from [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), and multiple linear regression data analysis techniques. The results showed that firm size and profitability had an effect on firm value, while sales growth did not affect firm value.

**Abstrak:** Tujuan penelitian menganalisis pengaruh *firm size*, *sales growth*, dan *profitability* terhadap firm value pada perusahaan manufaktur di bidang dasar dan kimia. Sampel penelitian diperoleh dengan teknik *purposive sampling* diperoleh 40 perusahaan bidang dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, pengumpulan data berupa laporan keuangan perusahaan yang diperoleh dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), dan teknik analisis data Regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan penjualan tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

**Pendahuluan**

Tingkat kompetitif pada perusahaan industri berakibat setiap perusahaan harus meningkatkan kinerja dalam mencapai tujuannya. Warren *et al* (2014) mengemukakan bahwa tujuan perusahaan pada intinya adalah untuk memperoleh laba yang maksimal. Laba pada dasarnya merupakan selisih nilai penghasilan atas produk ataupun jasa yang dikurangi dengan *cost*. *Net profit* adalah hasil penjualan produk setelah di dikurangi oleh macam-macam biaya serta *tax*. Tujuan bisnis pada

intinya adalah untuk menaikkan *asset value* bagi shareholder. *Firm Value* diukur dengan *price share* value di bursa efek, sebagai tempat pengukuran kekuatan permintaan dan penawaran harga jual beli efek antara investor dan emiten di Bursa efek, yang di istilahkan titik keseimbangan harga pasar. Karenanya dalam teori tentang bursa efek yang dikemukakan Hadi (2015) mengenai teori yang berhubungan dengan *share price* bursa efek disebut sebagai *firm value concept*. Untuk itulah sangat penting manajemen serta *shareholders* memperhitungkan beberapa faktor yang berpengaruh terhadap *firm value*. Naiknya *share price* berakibat pula naiknya *firm value*.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang pertama *firm size*. *Firm size* pengukurannya adalah dari keseluruhan aset dari kegiatan operasinya, meningkatnya jumlah aset perusahaan maka menunjukkan peningkatan *firm size* yang berdampak pada *firm value* menjadi lebih baik. Kedua, *sales growth*, apabila pendapatan bersih menunjukkan peningkatan setiap periode berarti menggambarkan meningkatnya tingkat penjualannya. Semakin meningkat *sales growth* menunjukkan *firm value* makin baik. Selanjutnya yang ketiga *profitability*, yaitu tingkat seberapa jauh perusahaan menghasilkan *profit*, *net profit* dapat dilihat dari perbandingan dengan jumlah *assets*. Apabila nilai *profitability* menunjukkan peningkatan berarti *firm value* menunjukkan peningkatan.

Nilai perusahaan akan memberikan keuntungan bagi pemegang saham apabila harga sahamnya meningkat (Indriyani, 2017). Jika harga saham suatu perusahaan semakin tinggi, maka kemakmuran pemegang saham juga semakin meningkat. Harga saham setiap perusahaan berbeda-beda, harga saham yang rendah merupakan cerminan kinerja perusahaan kurang baik. Namun jika harga saham terlalu tinggi akan menyebabkan berkurangnya kemampuan investor untuk membeli sahamnya karena dibutuhkan dana yang lebih besar. Harga saham yang terlalu tinggi akan membuat harga saham tersebut cenderung konstan atau sulit meningkat lebih tinggi lagi.

Nandita dan Kusumawati (2018) menyatakan bahwa *firm value* akan dipengaruhi oleh *firm size*. Namun berbeda dengan hasil penelitian Indriyani (2017), menyatakan bahwa *firm value* tidak dipengaruhi oleh *firm size*. Selanjutnya Dewi dan Sujana (2019) dalam penelitiannya menyatakan *sales growth* mempunyai pengaruh terhadap *firm value*. Penelitian yang berbeda menunjukkan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh terhadap *firm value* (Andriani, 2018). Selanjutnya penelitian dari Hidayah dan Rahmawati (2019), menjelaskan bahwa *profitability* mempunyai pengaruh terhadap *firm value*. Kemudian penelitian yang berbeda menyatakan bahwa *profitability* tidak mempunyai pengaruh terhadap *firm value* (Sondank, 2019).

Atas dasar penelitian yang terdahulu terdapat tidak konsistennya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *firm value*. Berdasar hal tersebut penelitian ini menguji kaitan *firm size*, *sales growth* dan *profitability* terhadap *firm value* dengan fokus pada perusahaan industri pada sektor basic industry dan chemical.

### ***Firm Value***

*Firm value* menunjukkan gambaran kepercayaan shareholders. Proses operasi perusahaan selama beberapa periode, dimulai sejak perusahaan berdiri hingga keadaan perusahaan sampai periode terkini. Ross *et al.* (2016) menyatakan *firm value* mengilustrasi kepada manajemen tentang saran-saran yang berasal dari shareholders tentang kinerja perusahaan pada periode yang lalu serta bagaimana gambaran pada periode mendatang. Apabila *stock price* meningkat, maka nilai *firm value* meningkat pula, jika *firm value* meningkat akan berdampak kepercayaan pada kinerja perusahaan saat ini di masa akan datang sehingga prospek perusahaan baik.

### ***Firm Size dan firm value***

*Firm size* merupakan tolak ukur total assets perusahaan makin besar *firm size* akan makin mudah memperoleh *fund* untuk kegiatan operasional. Apabila *firm size* makin besar maka akan mudah untuk menarik minat para calon investor karena asset yang dimiliki oleh perusahaan besar maka akan berimbang pada *firm value*. *Firm size* makin besar maka *firm value* semakin baik (Nandita & Kusumawati, 2018; Sondank, 2019), sedangkan Hirdinis (2019) menyatakan bahwa *firm size* berpengaruh secara negatif terhadap *firm value*. Berbeda dengan hasil penelitian Setiadharna & Machali (2017) dimana *firm size* tidak memiliki efek pada *firm value*.

H1: *Firm size* berpengaruh terhadap *firm value*

### ***Sales growth dan firm value***

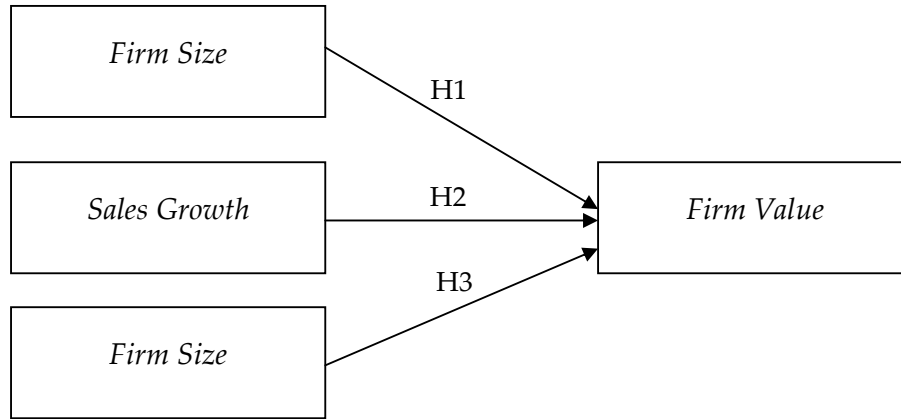
*Sales growth* menunjukkan sampai seberapa jauh kemampuan perusahaan dilihat dari seberapa jumlah penghasilan dan laba yang didapat pada setiap periode. *Sales of growth* dapat dilihat melalui *total sales* periode ini dengan periode yang lalu yang akan berimbang pada nilai *firm value*. Apabila tingkat *sales of growth* pada tiap periode naik berimbang perusahaan memperoleh profit yang meningkat, dan semakin baik *firm value*. *Sales of growth* meningkat maka makin *firm value* meningkat baik (Dewi & Sujana, 2019; Febriyanto, 2018; Putri & Rahyuda, 2020).

H2: *Sales growth* berpengaruh terhadap *firm value*

### ***Profitability dan firm value***

*Profitability* diukur dari laba bersih dan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. laba pada akhirnya akan dibagi ke shareholders sebagai deviden. Apabila *profitability* tinggi maka *firm value* akan ikut tinggi (Dhani & Utama, 2017; Hidayah & Rahmawati, 2019; Indriyani, 2017; Pasaribu & Tobing, 2017; Rahmawati *et al.*, 2015; Rudangga & Sudiarta, 2016)

H3: *Profitability* berpengaruh terhadap *firm value*



**Gambar 1. Model Penelitian**

**Metode**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif untuk pengujian hipotesis. Penelitian terdiri dari variabel dependen yaitu *firm value* dan variabel independen *firm size*, *sales growth* dan *profitability*. Variabel *firm value* diukur menggunakan nilai *price book value (PBV)*, *firm size* diukur dari total asset, *sales growth* diukur dengan pertumbuhan penjualan, *profitability* diukur dengan *return on asset (ROA)*. Populasi penelitian perusahaan *basic industry* dan *chemical sector* yang tercatat di BEI (Bursa Efek Indonesia) yaitu sebanyak 65 perusahaan. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk pengambilan sampel, dengan kriteria secara berturut turut tidak terdaftar di BEI dan memiliki laporan keuangan lengkap, diperoleh 10 perusahaan, data pengamatan selama 4 tahun jadi data penelitian 40. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Linier berganda (Sarwoko, 2018).

**Hasil**

Tabel 2 menyajikan hasil analisis Regresi Linier Berganda antara *firm size*, *Growth of Sales* dan *Profitability (ROA)* terhadap *firm value (PBV)*.

Tabel 3. analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	T value	Sig.	Hipotesis
Constant	-6,672			
Firm Size (X <sub>1</sub> )	0,405	4,385	0,000	Diterima
Sales Growth (X <sub>2</sub> )	-0,010	-1,644	0,110	Tidak diterima
Profitability (X <sub>3</sub> )	0,654	6,845	0,000	Diterima

Sumber : Data diolah 2020

nilai konstan -6,672 mempunyai arti bahwa pada saat nilai tidak ada pengaruh dari *size*, *growth of sales* dan ROA maka nilai perusahaan akan bernilai negatif 6,672.

Koefisien regresi *firm size*  $\beta_1 = 0,405$  artinya peningkatan *firm size* sebesar 1, akan meningkatkan *firm value* (PBV) 0,405 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tidak berubah, atau sebaliknya. Koefisien regresi *growth of sales*  $\beta_2 = -0,010$  artinya peningkatan *growth of sales* sebesar 1, justru akan menurunkan *firm value* (PBV) 0,010 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tidak berubah, atau sebaliknya. Koefisien regresi *return on assets*  $\beta_3 = 0,654$  artinya peningkatan ROA sebesar 1, akan meningkatkan *firm value* (PBV) 0,654 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tidak berubah, atau sebaliknya.

Hasil uji hipotesis pertama diperoleh hasil bahwa *firm size* berpengaruh terhadap *firm value* (PBV), ditunjukkan nilai signifikan *firm value* sebesar  $0,000 <$  dari 0,05. Hal ini berarti variabel *firm size* berpengaruh signifikan terhadap *firm value* (PBV), dengan demikian, hipotesis pertama diterima.

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan *sales growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm value* (PBV), dilihat nilai signifikan *sales growth* sebesar 0,110  $>$  dari 0,05. Hal ini berarti secara parsial variabel *sales growth* tidak berpengaruh terhadap *firm value* (PBV), dengan demikian, hipotesis kedua ditolak.

Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan *profitability* (ROA) berpengaruh signifikan terhadap *firm value* (PBV), dilihat dari nilai signifikan ROA sebesar  $0,000 <$  dari 0,05. Hal ini berarti secara parsial variabel *Profitability* (ROA) berpengaruh signifikan terhadap Firm Value (PBV), dengan demikian, hipotesis ketiga diterima.

## Pembahasan

### **Pengaruh *firm size* terhadap *firm value***

Hasil analisis menjelaskan bahwa *firm size* terbukti mempengaruhi *firm value* (PBV). Hasil penelitian ini mendukung penelitian Pasaribu & Tobing (2017), Nandita & Kusumawati (2018), Sondank (2019), Hirdinis (2019) yang menyatakan bahwa *firm size* mempunyai pengaruh pada *Firm value*. *Firm size* dapat dinilai dari jumlah aset perusahaan yang dapat difungsikan untuk operasional perusahaan sehari-hari. Sujarweni (2015) menyatakan makin besar jumlah aset yang dimiliki, maka makin besar *firm size*, aset yang dimiliki perusahaan yang makin besar maka makin besar pula modal yang dimiliki perusahaan, sementara makin besar nilai penjualan, maka makin meningkat tingkat perputaran hutang perusahaan.

### **Pengaruh *sales growth* terhadap *firm value***

Hasil analisis menunjukkan *sales growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm value* (PBV). Hasil penelitian ini mendukung penelitian Andriani (2018) yang menyatakan bahwa *sales growth* tidak mempunyai pengaruh pada *firm value*.

Bertolak belakang dengan hasil Dewi dan Sujana (2019), Febriyanto (2018), Putri dan Rahyuda (2020) dimana *sales* mempunyai pengaruh pada *firm value*.

### **Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan**

Hasil analisis menunjukkan *profitability* (ROA) mempunyai pengaruh signifikan pada *firm value* (PBV). Hasil penelitian ini mendukung penelitian Rahmawati *et al.* (2015), Rudangga dan Sudiarta (2016), Indriyani (2017), Dhani dan Utama (2017), Pasaribu dan Tobing (2017), Rahmanto (2017), Andriani (2018), Nandita dan Kusumawati (2018), dan Sugiastuti *et al.* (2018), yang menyatakan bahwa *profitability* mempunyai pengaruh terhadap *firm value*.

### **Simpulan**

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *firm size* dan *profitability* mempunyai pengaruh positif terhadap *firm value*, sedangkan *sales growth* tidak berpengaruh terhadap *firm value*. Bagi peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama disarankan dalam penelitiannya menggunakan variabel yang berbeda dan menambah variabel lain yang diprediksi mungkin dapat berpengaruh terhadap *firm value* dan disarankan pula untuk meneliti perusahaan pada sektor sektor lainnya.

### **Daftar Pustaka**

- Andriani, L. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Sub. Sektor Property & Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(7), 139–151.
- Dewi, I. A. P. T., & Sujana, I. K. (2019). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 26(1), 85–110. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i01.p04>
- Dhani, I. P., & Utama, A. . G. S. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 2(1), 135–148. <https://doi.org/10.31093/jraba.v2i1.28>
- Febriyanto, F. C. (2018). The effect of leverage, sales growth and liquidity to the firm value of real estate and property sector in Indonesia stock exchange. *EAJ (Economic and Accounting Journal)*, 1(3), 198–205.
- Hadi, N. (2015). *Pasar Modal* (Edisi 2). Graha Ilmu.
- Hidayah, N. E. F., & Rahmawati, R. (2019). The Effect of Capital Structure, Profitability, Institutional Ownership, and Liquidity on Firm Value. *Indonesian Journal of Contemporary Management Research*, 1(1), 55–64.

- Hirdinis, M. (2019). Capital Structure and Firm Size on Firm Value Moderated by Profitability. *International Journal of Economics & Business Administration (IJEBA)*, 7(1), 174–191.
- Indriyani, E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntabilitas*, 10(2), 333–348. <https://doi.org/10.15408/akt.v10i2.4649>
- Nandita, A., & Kusumawati, R. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Size dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar pada BEI 2012-2016). *Cam Journal: Change Agent For Management Journal*, 2(2), 188–199.
- Pasaribu, D., & Tobing, D. N. L. (2017). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Kebijakan Dividen dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Methodist*, 1(1), 32–44.
- Putri, I. G. A. P. T., & Rahyuda, H. (2020). Effect of capital structure and sales growth on firm value with profitability as mediation. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(1), 145–155.
- Rahmanto, R. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Utang, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 3(3), 348–373. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v28.i03.p10>
- Rahmawati, A. D., Topowijono, & Sulasmiyati, S. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, dan Keputusan Invertasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Administrasi Bsinis*, 23(2).
- Ross, A. S., Westerfield, R. W., Jordan, B. D., Lim, J., & Tan, R. (2016). *Fundamentals Of Corporate Finance*. McGraw-Hill.
- Rudangga, I. G. N. G., & Sudiarta, G. M. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(7), 4394–4422.
- Sarwoko, E. (2018). *Analisis Statistik Menggunakan SPSS 22*. Media Nusa Creative.
- Setiadharna, S., & Machali, M. (2017). The effect of asset structure and firm size on firm value with capital structure as intervening variable. *Journal of Business & Financial Affairs*, 6(4), 1–5.
- Sondank, R. (2019). The Effect of Dividend Policy, Liquidity, Profitability and Firm Size on Firm Value in Financial Service Sector Industries Listed in Indonesia Stock Exchange 2015-2018 Period. *Accountability*, 08(2), 91–101.

Sugiastuti, R. H., Dzulkirom, M., & Rahayu, S. M. (2018). Effect of Profitability and Leverage Toward Dividend Policy and Firm Value. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 80(8), 88–96. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2018-08.12>

Sujarweni, V. W. (2015). *Sistem Akuntansi*. Pustaka Baru Press.

Warren, C. S., Reeve, J. M., Duchac, J. E., Suhardianto, N., Kalanjati, D. S., Jusuf, A. A., & Djakman, C. D. (2014). *Pengantar Akuntansi (Adaptasi Indonesia)*. Jakarta: Salemba Empat.